

③ 学生のキャリア探索行動の深化に向けてー「社会」の

学生への働きかけと、経営上・人事上の「効果」の両立

本誌では、学生の「自分らしい」進路選択とキャリア探索行動との関係や、学生のキャリア探索行動を深めるための方策を議論し、学生を取り巻く「社会」からの働きかけの重要性に触れてきた。ここでは2社の事例を通して、「社会」からの働きかけのあり方を考えてみたい。

株式会社
ランクアップ

学生と同世代の人事担当者が主体となり 自身の経験を踏まえたアドバイスを発信

ランクアップは、化粧品を開発販売するベンチャーだ。同社はYouTubeに開設した「フレッシュ人事チャンネル」※1で、就職活動をする学生向けの動画を配信している。動画では、同社に新卒入社し採用担当となった森田氏が、「人事が教える！ 就活講座 自己分析」[化粧品業界徹底解説]等のテーマを、自社の採用に応募する学生に限らず語りかけている。

「コロナ禍で、学生の就職活動への負担が、さらに増えました。学生に向けてできることがないか考え、学生が気軽に見られる情報発信を始めました」(森田氏)

動画のテーマは、社会人3年目の森田氏自身の就職活動経験や、社外勉強会、人事担当者同士の情報交換で得た知識を参考にしている。動画中で森田氏は、「自分がどのように生きたいかを考えたうえで、そのための行動をとったほうがいい」「自己分析は、就職活動のためではなく、皆さんの人生のためにやった方がいい」など、学生が自分の軸を見つけることへの働きかけをしている。

「『こうすればうまくいく！』といった小手先のテクニックや誘導感の強いテーマは、私たちが発信したいことではないよね、といった社内議論をしています。学生が本来の自分を見失うような発信はしたくないからです」(森田氏)

森田氏が学生に「自分の軸を見つけよう」と発信する背景には、森田氏自身の経験がある。

「私自身、就職活動で軸がブレました。それまでは『人は人、自分は自分』と思いながら生きてきたので、生まれてから大学受験までは、自分の軸がブレたとは思ったことがあ

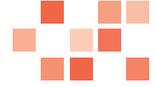
りませんでした。しかし、就職活動を始めると、自分も大学の先輩たちのように、大手企業に行った方がいいのかな…と思い始めたのです。運よく成績優秀者になり学内外活動でも実績があったので、大手企業の内定もいただきましたが、自分の中では違和感がありました」(森田氏)

大手企業への入社承諾に迷っていた森田氏は、信頼する先輩が入社したランクアップの存在を知った。

Youtubeでの配信コンテンツ



※1 <https://youtube.com/@user-gn3sl5qu5n>



株式会社ランクアップ



【事業内容】オリジナルブランド「マナラ」を主とした化粧品開発および販売。主力商品「ホットクレンジングジェルマッサージプラス」は、累計販売本数2000万本^{※2}を突破

人事広報部 森田 健一氏

大学ではTOEIC990を取得し学部代表交換留学や国際寮の副寮長を経験後、長期インターンを経てランクアップ社に新卒入社。同社創業以来初の新卒人事として、年間700名以上の就職活動学生と会っている。

※2 自社従来品含む・2022年8月時点

「自社製品を熱く語る社長の姿が、『たった一人の悩みを解決することで、世界中の人たちの幸せに貢献する』という企業理念を体現していました。そのとき、自分にとって大切な『軸』は、企業理念に共感できることなのだと気づきました」(森田氏)

同社では学生との対話をする社員に、「『学生にとって何が一番良いかを考えて関わってください』と依頼している」

(森田氏)という。そして、カルチャーフィットを重視した情報開示を意識しているという。

「会社の雰囲気を知ってもらうため、例えば、ハロウィンイベントで社員全員が全力で仮装している様子や社内イベント動画を見せています。当社はベンチャーなので、会社の方針がよく変化します。変化に対して全員が総力を挙げて行動していくことが必要です。学生がイメージしやすいイベントの雰囲気を通して、私たちが周りの社員とともに変化に対応する姿勢を重視していることを、知ってほしいと考えます。『このノリにはついていけない』という人とのミスマッチを防ぐことができていると思います」(森田氏)

同社の情報発信の特徴は、文字だけでは伝わりにくい情報を学生起点の視点によって伝える工夫を施しつつ、自社の企業理念に共感してくれる学生を採用しようとする姿勢に顕著に表れている。



「フレッシュ人事チャンネル」では、業界研究や自己分析など、自社のPRとは無関係で中立的なテーマでの発信を通じて、探索行動への働きかけを行う。なかでも「人事が教える! 就活生に伝えたい事 無形資産編」では、経験や人脈の大切さ、とりわけ他者との関わりの重要性を訴える内容となっている。

③ 学生のキャリア探索行動の深化に向けてー「社会」の働きかけ事例ー

株式会社
エンカレッジ「はじめの一步」を踏み出すために
学生の背中を押すコンテンツを提供

エンカレッジは、Web コンテンツ「オンラインしごと体験」※5を公開し、学生の職種・業界理解を後押ししている。サービス展開の背景には、障害学生への就職活動支援で感じた危機感があったという。

「私たちの本業は、障害者や障害学生への就職活動支援です。コロナ禍で障害学生の職業体験・就職活動が困難になることを懸念しました。一方、私たちのパートナーであるNPO法人JAEは、一般学生の職業体験の機会減少を懸念しており、当初、お互いのリソースを持ち寄り、共同でコンテンツ制作を行いました。その後、障害学生向けに活動を広げていたのですが、一般学生にも使いたいと言う声が大きくなり、サービス対象を拡大しました」(窪氏)

コンテンツの柱は、さまざまな企業の社員が仕事の内容や働きがい、難しさを語る「しごとインタビュー」と、疑似業務を体験できる「しごとサンプル」だ。同社ではWebでのコンテンツ公開のほか、大学とオンラインイベントを共催。学生に2つのコンテンツを体験する機会を提供している。

イベントではまず、仕事について知りたいと思っても一歩を踏み出せない学生に、「しごとインタビュー」の動画を自ら選んで観てもらおう。インタビューを選ぶキーワードには、「職種」「業種」に加えて「興味関心」が用意されている。「興味関心」には、「人に感謝される」「一人で黙々と」「新しいことに挑戦」といったキーワードが並んでいる。

「職種・業種理解が進んでいない学生が、職種・業種を選ぶのは難しい。そこで『興味関心』でも選べるようにしたところ、自分の志向がさまざまな職種・業種とつながっていることを認識してもらえるようになりました。例えば、営業職に『ブラック』『ノルマ

がきつい』といったネガティブイメージを持つ学生は、決して『営業』職を選びません。でも『人に感謝される』というキーワードで『営業』が出てくれば観てくれます。そして、『営業とは、お客さまの役に立つことでお金をいただく職種である』という、営業のポジティブな側面に気づきます」(窪氏)

「しごとインタビュー」の動画サムネイルには、職種と職種説明の一文のみが表示されている。

「さまざまな仕事を知るうえで、『職種』『業種』から理解してもらいたいと思っているためです」(窪氏)

「しごとサンプル」は、「初級」「中級」「上級」のレベル別に用意されている。

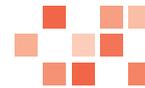
「企業のインターンシップでは、『応用問題』のようなグループワークが実施されることも多いと思います。私たちの

●「しごとインタビュー」のTOP画面



※5 <https://shigoto-taikken.com/>

「しごとインタビュー」は1職種あたり各10～15分程度。「しごとサンプル」でチェックする売買契約書は実践的な内容となっている。



株式会社エンカレッジ



【事業内容】障害者の就労支援事業や障害学生の就職活動支援を展開。ICTを活用したキャリア支援プラットフォーム事業の運営もしている。

代表取締役 窪 貴志氏

大手電機メーカー、シンクタンク、エンターテインメント企業にて勤務。企業コンサルタントとして障害者採用に携わったことをきっかけに、2013年、同社を設立。

『しごとサンプル』は、『基本問題』から徐々に積み上げる構成です。就職活動に躊躇(ちゆうちょ)する学生が一步踏み出すためには、目の前の業務を積み上げる仕事があることを伝える必要があると思います。入社後、比較的早期に経験する仕事を知ってもらうことで、社会に出た直後のイメージギャップを解消したい狙いもあります](窪氏)

「しごとサンプル」を体験した学生からは、「仕事に関するイメージがなく、仕事やインターンシップに対して不安な気持ちが大きかったが、実際に作業をすることで具体的にイメージすることができた」「関心がなかった職種にも興味が湧いた」「実際の業務内容から自分の向き・不向きを知ることにつながった」などの感想が寄せられている。

「学生からは『企業にどのように評価されるかを気にせずに仕事を理解できるのが良かった』という感想も聞かれ

ました。評価を気にせず体験できるからこそ、『この仕事には向いていない』という判断もしやすいと思います](窪氏)

大学と共催するオンラインイベントでは、「しごとサンプル」を体験した学生の感想を読み上げ、「この視点はすごく大事」と投げかけている。他学生の感想の共有が、学生同士の気づきにつながるという。同社は大学や企業と、学生への働きかけの輪を拡大していく考えだ。

「学生の反響も良く、学生支援に活用していただける大学や、自社採用に直結しない中でも賛同いただける企業が増えてきています。学生への働きかけを広げていくためにも、拡大継続するための試行錯誤をしています](窪氏)

●「しごとサンプル」の一例

【初級】文書の間違い探し・売買契約書のチェックを行おう

■ しごと分野
企業の法務部のお仕事です。企業の事業を法律面からサポートします。

■ ミッション
契約書の間違いをチェックしよう。

■ 取り組むしごと
あなたは、株式会社ABCの法務部の社員です。法務部の業務の中に、契約書のチェック業務があります。ある日、営業部の社員から「売買契約書」と「お客様との契約条件」が送られてきました。お客様との契約条件に基づいて、売買契約書を作ったけれど、間違っているところがあれば、「売買契約書チェックリスト」にメモしておいてね、との指示を受けました。「売買契約書」で、間違っていると思われる箇所を番号、間違っている内容、改善案を「売買契約書チェックリスト」に入力してみよう。

■ 契約書チェックの視点

- ・「お客様との契約条件」が正しく「売買契約書」に反映されているか
- ・誤字・脱字・漢字間違い・敬称ミスがないか
- ・番号が間違っていないか
- ・期間(令和○年)と西暦(20○年)が一致しているか
- ・数字などの記載漏れや間違いがないか
- ・「甲」と「乙」が反対になっていないか

■ 営業部から送られてきた売買契約書

- 1 売買契約書
- 2 株式会社ABC(以下「甲」という)とXYZ株式会社(以下「乙」という)は、品番12345678
- 3 の自動車部品(以下「本件商品」という)につき、以下のとおり売買契約(以下「本契約」
- 4 として)を締結する。
- 5
- 6
- 7 (目的)
- 8 第1条 甲は乙に対し、以下の条件にしたがい、本件商品を譲渡し、乙はこれを受け買付
- 9 る。
- 10
- 11 (本件商品の仕様、および販売数量)
- 12 第2条 本件商品の仕様、および販売数量は、以下のとおりとする。
- 13 ①車種 全10,000円
- 14 ②販売数量 3,500部
- 15
- 16 (納入)
- 17 第3条 甲は、2021年10月1日までに納入期限内に本件商品を納入する。
- 18 2 甲は、前項の納入をすることができない事由が生じたとき、またはそのおそれがあるとき
- 19 は、ただちにその旨を納入予定数量に半減し、甲は、甲乙協議の上、対応するものとする。

2 社の学生への働きかけ事例は、学生のキャリア探索行動の深化に一役買っているだろう。2社が学生への働きかけを通して、直近の採用者数増・採用充足とは異なる中長期的な時間軸で、それぞれに経営上・人事上の「効果」を得ていることにも注目したい。社会の一步目を踏み出す「学生」と、社会を構成するさまざまな「組織」は、互恵的な関係になり得るのだ。